

## ПУТИ АССИМИЛЯЦИИ АНГЛО-АМЕРИКАНИЗМОВ В СОВРЕМЕННОЙ НЕМЕЦКОЙ РЕЧИ

Уральский государственный технический университет-УПИ,

Н.А. Алыбина, Т.С. Берсенева

1. Словарный состав языка, в котором многогранно отражаются все достижения социального развития, научно-технического прогресса общества, подвержен постоянным изменениям в связи с бесконечностью человеческого опыта, а, следовательно, и с бесконечностью познания объективной действительности.
2. Любые достижения той или иной страны в науке, технике, культуре находят отражение в словарном составе своего языка, а если достижения определенной страны в определенной отрасли социальной жизни приоритетны по отношению к другим странам, то они оказывают весьма активное воздействие на лексическую систему другого языка.
3. Так, в последние десятилетия мы наблюдаем огромное влияние англо-американизмов на немецкую речь. Для американского языка в Германии (особенно Западной Германии) широко открыты ворота: это поп музыка, фильмы, Интернет, техника, экономика, наука, реклама.
4. По данным редакции Дудена ежегодно появляются 5000 новых англо-американских слов в немецкой речи, приблизительно 300 из них прочно закрепляются в разговорном немецком языке, рекламе, научно-популярных текстах и т. д., не говоря уже о научно-технической литературе.
5. Нас интересуют особенно американизмы в разговорной речи и рекламе. На кафедре проводится работа по этой проблеме в рамках научно-исследовательской работы. Мы получили уже некоторый материал для обобщения.
6. Особый интерес представляют процессы ассимиляции заимствованных слов в немецкой устной речи и рекламе.

К таким процессам ассимиляции мы относим:

- 6.1. Грамматическую ассимиляцию, т. е. приобретение иностранным словом грамматических категорий немецкого языка таких как: категория артикля, категория рода, категория падежа, категория множественного числа, а также написание существительных с заглавной буквы. (Сравни *der Manager, das Spacelab= Weltraumlabor, das Team, das Know-how, das Know-why, das Know-what, der Job, der Jobber* – биржевой спекулянт и др.). Сравни также включение английских прилагательных в парадигму склонения немецких прилагательных: *Die cleveren Marketingsstrategen*. В то же время множественное число многих англо-американизмов, выраженное морфемой «s», сохраняется. Сравни *Jobs, Teams, Girls, Screens, Teenagers, Funs*.
- 6.2. Американские слова, ассимилирующиеся также при помощи немецких словообразовательных средств, образуют разветвленную систему производных. Наиболее интенсивно ассимиляция американских слов происходит в области словосложения, где зачастую образуются «гибридные структуры»: в роли одного из компонентов выступает американское слово, в роли другого компонента – немецкое. Сравни *Marketingstrategen, Schuhbuisness, Sponsoringverträge, Partnership, Handy – Nummer*.
- 6.3. Фонетическая ассимиляция отмечена в редких случаях. Ср. *Job [ ]* – оглушение звонкого согласного *л* конце слова. *IBM [I: В М]* Это свидетельствует о еще не полной ассимиляции англо-американизмов в немецкой речи.